

REDES DE CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL

AUTORES

ALBERTO GONZÁLEZ

Gerente General
TOTEMS Software
agonzalez@totems-software.com

COLOMBIA

CAROL JOAQUÍ

Gerente de proyectos
TOTEMS Software
cjoaqui@totems-software.com

COLOMBIA

RESUMEN.

Actualmente, y dentro de un contexto económico y empresarial, que se caracteriza por fenómenos como la globalización, los crecientes grados de competitividad, la evolución de las nuevas tecnologías, el e-business y la naturaleza dinámica de los nuevos mercados, no parece existir ninguna duda acerca de que el conocimiento representa uno de los activos más estratégicos para lograr el éxito sostenible en cualquier organización.

La competitividad de las empresas y su capacidad de innovación, dependen cada día más de cómo utilizan, gestionan y almacenan el conocimiento que existe en su interior y de su capacidad para reutilizar y compartir dicho conocimiento con otras organizaciones. La aplicación de formas más eficientes de estructurar el conocimiento, a través de la utilización de ontologías, pueden dar soporte a modelos que permitan compartirlo y reutilizarlo a través de aplicaciones, empresas y comunidades creando redes de conocimiento organizacionales. La creación de un modelo de conocimiento organizacional genérico y reutilizable hace posible que organizaciones en diferentes lugares del mundo que tengan el mismo modelo, puedan compartir su conocimiento. Pero los verdaderos beneficios derivados de estas nuevas formas de representación y almacenamiento se reconocerán, si se construyen herramientas, que logren operar adecuadamente sobre los modelos de conocimiento generados, para extenderlos y adecuarlos a contextos y organizaciones particulares y para crear servicios tan útiles como la toma automática de decisiones en un área específica, que permitan agregar valor al conocimiento existente.

PALABRAS CLAVES (KEYWORDS)

Sistemas Inteligentes
Sistemas Basados en el Conocimiento
Ontologías
Gestión del Conocimiento
Modelos de Conocimiento Organizacional
Redes de Conocimiento.

Teece (1998), en la economía actual, la ventaja competitiva de las empresas no proviene de la posición en el mercado, sino de la dificultad que represente para otras empresas replicar sus activos de conocimiento y la manera como ellos se organizan y gestionan.

En los últimos años se ha tomado conciencia de esto, y se han desarrollado propuestas sobre las nuevas características competitivas de los negocios. Se ha partido de la dicotomía clásica de producto – mercado, pasando por la incorporación de la innovación tecnológica como un elemento fundamental, hasta la integración de lo que se ha denominado *creación del conocimiento organizacional* para hacer referencia a la capacidad de una compañía para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre los miembros de la organización y materializarlos en productos, servicios y sistemas. Se ha reconocido en la creación del conocimiento organizacional la clave del proceso peculiar a través del cual los negocios innovan, y en un proceso que amplifica organizacionalmente el conocimiento creado por los

1 INTRODUCCIÓN

Los países se encaminan, aunque a ritmos muy diferentes, hacia una economía basada en el conocimiento. Para las organizaciones, la utilización productiva del conocimiento, su capacidad de compartirlo con otras organizaciones, el saber como se configuran y organizan sus competencias y activos de conocimiento, están determinando y determinarán dramáticamente sus resultados competitivos y su éxito comercial. Estas características harán de los negocios basados en el conocimiento, los más atractivos, y constituirán las barreras de entrada a los mismos. De acuerdo con